

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

- **Tên học phần:** Truyền thông trực tuyến (online PR)
- **Mã số học phần:** 1722182
- **Số tín chỉ học phần:** 02 tín chỉ
- Thuộc chương trình đào tạo của bậc, ngành: Chuyên ngành Quan hệ công chúng, Khoa Quan hệ quốc tế.
- **Số tiết học phần:**
 - Nghe giảng lý thuyết : 10 tiết
 - Làm bài tập trên lớp : 5 tiết
 - Thảo luận : 5 tiết
 - Thuyết trình : 10 tiết
 - Tự học : 60 giờ
- **Đơn vị phụ trách học phần:** Bộ môn Quan hệ công chúng, khoa Quan Hệ Quốc Tế

2. Học phần trước:

3. Mục tiêu của học phần:

Học phần trang bị cho sinh viên các mặt sau:

- **Kiến thức:**

- Các khái niệm và học thuyết quan trọng về truyền thông trực tuyến, các công cụ truyền thông trong kỷ nguyên kỹ thuật số.
- Kỹ thuật, chiến lược và các công cụ được sử dụng để xây dựng kế hoạch truyền thông trực tuyến thành công.

- **Kỹ năng:**

- Các kỹ năng mềm như kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng quản trị thời gian, kỹ năng thương lượng...
- Các kỹ năng chuyên môn khác như kỹ năng hoạch định chiến lược, kỹ năng sử dụng các công cụ tìm kiếm, kỹ năng sử dụng các trang mạng xã hội, công cụ và phương pháp để quảng bá thương hiệu trực tuyến.

- **Thái độ:**

- Tinh thần hợp tác, biết lắng nghe và thái độ ham học hỏi.
- Ý thức trách nhiệm cao trong công việc và khả năng làm việc dưới áp lực thời gian

4. Chuẩn đầu ra:

	Nội dung	Đáp ứng CDR CTĐT
Kiến thức	4.1.1. Trình bày được các khái niệm, định nghĩa về các công cụ và kỹ thuật truyền thông kỹ thuật số	K4
	4.1.2. Xác định được các yếu tố giúp phát huy thế mạnh sử dụng công cụ internet để làm truyền thông cho một tổ chức, cá nhân	K3, K4, K6
	4.1.3. Xác định được vị trí và vai trò của người làm truyền thông và các kỹ năng cần thiết	K4
	4.1.4. Liệt kê được các công cụ truyền thông truyền thống và đặc biệt trong thời đại công nghệ số	K4
Kỹ năng	4.2.1. Xây dựng được kế hoạch truyền thông, PR trực tuyến nhằm phát triển hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp, tổ chức.	S1, S2, S3, S5
	4.2.2. Sáng tạo ý tưởng thiết kế quảng cáo, banner điện tử để sử dụng trong các kế hoạch quảng bá trực tuyến	S1, S2, S3, S5
	4.2.3. Vận hành và quản trị kế hoạch truyền thông PR online hiệu quả	S1, S3, S5
	4.2.4. Dự đoán và phân tích các rủi ro có thể xảy ra tiềm ẩn từ Internet và vấn đề an ninh mạng đối với một doanh nghiệp, từ đó thực hiện chiến lược quản trị rủi ro, xử lý khủng hoảng bằng công cụ truyền thông kỹ thuật số	S1, S5, S6
	4.2.5. Thiết lập và duy trì tốt các mối quan hệ với các cấp chính quyền, giới truyền thông, báo chí và các bên hữu quan khác bằng công cụ Internet	S5, S6
	4.2.6. Vận dụng kiến thức để phân tích và đánh giá chất lượng và tính hiệu quả của các công cụ online trong các kế hoạch và chiến lược truyền thông trực tuyến	S1, S7
	4.2.7. Sử dụng thành thạo các công cụ truyền	S1

	thông trực tuyến hiện đại	
	4.2.8. Thuyết trình kế hoạch truyền thông và trả lời chất vấn một cách lưu loát bằng tiếng Anh,	S1
Thái độ	4.3.1 Tinh thần hợp tác, biết lắng nghe và thái độ ham học hỏi.	A1
	4.3.2 Ý thức trách nhiệm cao trong công việc và khả năng làm việc dưới áp lực thời gian	A2, A3

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Môn học tập trung giúp sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của công cụ Internet, web 2.0, trong việc xây dựng và phát triển hình ảnh, thương hiệu của một cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp. Qua đó, Sinh viên sẽ được giới thiệu các công cụ truyền thông hiện đại trong kỹ nguyên kỹ thuật số, hướng dẫn các kỹ năng, phương thức và chiến lược sử dụng các công cụ trực tuyến, kết hợp với các phương thức truyền thông truyền thống, cổ điển một cách tối ưu trong việc xây dựng kế hoạch PR, truyền thông cho các tổ chức, doanh nghiệp, giúp tiếp cận và truyền tải thành công các thông điệp đến khách hàng, đối tác, các nhà đầu tư, giới truyền thông...một cách thuận lợi và nhanh chóng. Đồng thời, môn học còn giúp sinh viên dự đoán những rủi ro, nguy cơ tìm ẩn từ Internet có thể đe dọa đến hình ảnh và quá trình hoạt động, kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp, và gây nguy hại đến khách hàng. Từ đó, tìm kiếm cách khắc phục, kiểm soát và giải quyết các rủi ro.

6. Nội dung và lịch trình giảng dạy:

- Các học phần lý thuyết:

Buổi/ Tiết	Nội dung	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên	Giáo trình chính	Tài liệu tham khảo	Ghi chú
1.	Giới thiệu tổng quan môn học, tài liệu chính, tài liệu tham khảo, hướng dẫn tự học, tự nghiên cứu.	<ul style="list-style-type: none"> - Phát đề cương môn học và hướng dẫn phương pháp học - Hướng dẫn chia nhóm, 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiến hành chia nhóm, bắt thăm chọn công cụ truyền thông sẽ thuyết trình 	Trang 37, cuốn [1]	Trang 38, cuốn [4]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3

	<p>Phân công bài tập và hoạt động cho các nhóm</p> <p>Bài 1 Website</p> <p>1.1. Tổng quan về truyền thông online</p> <p>1.2. Giao diện web</p> <p>1.3. Ra mắt website</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hướng dẫn mỗi nhóm chuẩn bị nội dung thuyết trình về 1 chủ đề ở các buổi học sau. Mỗi nhóm sẽ tìm hiểu về 1 công cụ online, phương thức vận hành, kỹ thuật cần biết khi sử dụng công cụ đó, lấy ví dụ về 1 tổ chức, 1 đơn vị đã và đang sử dụng công cụ đó, phân tích họ có đang sử dụng hiệu quả hay không. Các công cụ bao gồm website, blog, twitter, facebook, youtube, linkedin, messaging, instagram. Đối với những công cụ đã được GV giới thiệu lý thuyết trên lớp, các nhóm chỉ cần phân tích case study. - Thuyết giảng - Đặt câu hỏi thảo luận 	<ul style="list-style-type: none"> - Đặt câu hỏi thắc mắc - Nghe giảng, ghi chú - Thảo luận nhóm, trả lời câu hỏi 			
2.	Bài 1 Website (tt)	- Thuyết giảng	- Nghe giảng, ghi	Trang 52,	Trang 127,	Giải quyết

	<p>1.3. Quảng bá trang web</p> <p>1.4. Giám sát trang web</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Chiếu video clip, giới thiệu case study - Hướng dẫn phân tích case study 	<ul style="list-style-type: none"> chú - Thảo luận nhóm, phân tích case study 	cuốn [1]	cuốn [4]	mục tiêu 4.2.6, 4.3.1
3.	<p>Bài 2 Blogs</p> <p>2.1. Blog là gì?</p> <p>2.2. Làm thế nào để đạt được nhiều thành công?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Đặt câu hỏi thảo luận 	<ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, ghi chú - Thảo luận nhóm, trả lời câu hỏi 	Trang 58, cuốn [1]	Trang 78, cuốn [4]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1, 4.1.4
4.	Thuyết trình, phân tích case study (website, blog)	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá và góp ý phần thuyết trình case study của các nhóm 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhóm 1, 2 thuyết trình case study về website và blog, trả lời phản biện - Các nhóm đặt câu hỏi và góp ý - Lắng nghe phân góp ý của GV 			Giải quyết mục tiêu 4.2.6, 4.2.8, 4.3.1, 4.3.2
5.	<p>Bài 3: Làm chủ Internet</p> <p>3.1. Tin tưởng các phương tiện truyền thông</p> <p>3.2. Các công cụ giám sát</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết Giảng - Nêu câu hỏi tình huống 	<ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, ghi chú - Thảo luận nhóm - Trả lời câu hỏi 	Trang 74, cuốn [1]	Trang 30, cuốn [3]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1, 4.1.4, 4.2.7
6.	Bài 4: Truyền thông thương	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết Giảng - Nêu câu hỏi 	<ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, ghi 	Trang 161	Trang 26,	Giải quyết mục

	<p>mại</p> <p>4.1. Các loại hình truyền thông thương mại</p> <p>4.2. Tiếp cận</p> <p>4.3. Đòn bẩy tiến lên và trở thành 1 tổ chức truyền thông thương mại</p>	<p>tình huống</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hướng dẫn SV phân tích xử lý tình huống 	<p>chú</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thảo luận nhóm - Trả lời câu hỏi 	<p>cuốn [1]</p>	<p>cuốn [2]</p>	<p>tiêu 4.1.2, 4.2.1</p>
7.	<p>Thuyết trình, phân tích case study (Twitter, Facebook)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá và góp ý phần thuyết trình của các nhóm - Bổ sung thêm thông tin về 2 công cụ này - Hướng dẫn các nhóm chạy content facebook 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhóm 3 thuyết trình twitter, nhóm 4 thuyết trình về facebook - Các nhóm thảo luận, đặt câu hỏi và góp ý - Lắng nghe phần góp ý và hướng dẫn của GV 		<p>Trang 125, cuốn [2]</p> <p>Trang 57, cuốn [3]</p> <p>Trang 271, cuốn [4]</p>	<p>Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.2.6 4.2.7 4.2.8 4.3.1 4.3.2</p>
8.	<p>Bài 5 Nguy hiểm tiềm ẩn từ Internet và an ninh mạng</p> <p>5.1. Nguy hiểm tiềm ẩn từ không gian ảo</p> <p>5.2. Các kiểu đe dọa</p> <p>5.3. Phòng thủ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Đặt câu hỏi, hướng dẫn SV thảo luận nhóm, - Thuyết giảng - Giao bài tập phân tích case 	<ul style="list-style-type: none"> - Thảo luận nhóm, tìm kiếm thông tin, trả lời câu hỏi - Nghe giảng, ghi chú - Làm bài 	<p>Trang 111 cuốn [1]</p>		<p>Giải quyết mục tiêu 4.2.1 4.3.1</p>

		study	tập phân tích case study			
9.	Thuyết trình, giới thiệu các công cụ truyền thông trực tuyến (Youtube, Linkedin)	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá và góp ý phần thuyết trình của các nhóm - Bổ sung thêm kiến thức về 2 công cụ này 	<ul style="list-style-type: none"> - Các nhóm 5, 6 thuyết trình về các chủ đề youtube, linkedin. - Các nhóm thảo luận, đặt câu hỏi và góp ý - Lắng nghe phần góp ý của GV 		Trang 137, cuốn [2] Trang 324, cuốn [4]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.2.6 4.2.8 4.3.1 4.3.2
10.	Thuyết trình và thảo luận về messaging	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá và góp ý phần thuyết trình của các nhóm - Thuyết giảng thêm kiến thức về cách sử dụng công cụ này hiệu quả 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhóm 7 thuyết trình về instant messagin g - Các nhóm thảo luận, đặt câu hỏi và góp ý - Lắng nghe phần góp ý của GV 		Trang 245, cuốn [4]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.2.6 4.2.8 4.3.1 4.3.2
11.	<ul style="list-style-type: none"> - Bài 6 Quan hệ truyền thông 6.1. Thử 	<ul style="list-style-type: none"> - Đặt câu hỏi thảo luận - Thuyết 	<ul style="list-style-type: none"> - Thảo luận nhóm - Nghe giảng, ghi 	Trang 133 cuốn [1]	Trang 26, cuốn [2]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1

	<p>nghiệm thông điệp</p> <p>6.2. Truyền tải thông điệp</p> <p>– SV thuyết trình về podcast, google plus</p>	<p>giảng</p> <p>– Đánh giá, nhận xét và góp ý phân thuyết trình</p> <p>– Bổ sung thêm kiến thức về công cụ này</p>	<p>chú</p> <p>– Nhóm 8, 9 thuyết trình</p> <p>– Các nhóm thảo luận, đặt câu hỏi và góp ý</p> <p>– Lắng nghe phần góp ý của GV</p>		<p>Trang 366, cuốn [4]</p> <p>Trang 143, cuốn [2]</p> <p>Trang 333, cuốn [4]</p>	<p>4.2.5</p> <p>4.2.6</p> <p>4.2.8</p> <p>4.3.1</p> <p>4.3.2</p>
12.	<p>Bài 7: Quản lý tin đồn và truyền thông trong khủng hoảng</p> <p>7.1. Chức năng của tin đồn</p> <p>7.2. Ngăn chặn tin đồn</p> <p>7.3. Đánh giá rủi ro</p> <p>7.4. Xây dựng kế hoạch</p>	<p>– Thuyết giảng</p> <p>– Đặt câu hỏi thảo luận</p> <p>– Giao bài tập nhóm: phân tích case study và xử lý tình huống</p>	<p>– Nghe giảng, ghi chú</p> <p>– Trả lời câu hỏi</p> <p>– Thảo luận làm bài tập nhóm</p>	Trang 200, cuốn [1]	<p>Trang 80, cuốn [2]</p> <p>Trang 175, cuốn [3]</p>	<p>Giải quyết mục tiêu</p> <p>4.2.1</p> <p>4.3.1</p> <p>4.3.2</p>
13.	<p>Báo cáo kết quả chạy Facebook Fanpage</p>	<p>- Theo dõi phần báo cáo của SV</p> <p>- Đánh giá, góp ý</p>	<p>- Thuyết trình, báo cáo về quá trình chạy Fanpage</p> <p>- Lắng nghe phần đánh giá góp ý của GV</p>			<p>Giải quyết mục tiêu</p> <p>4.2.6</p> <p>4.2.8</p> <p>4.3.1</p> <p>4.3.2</p>
14.	<p>Thảo luận, xây dựng kế hoạch truyền thông online cho 1 tổ chức/doanh</p>	<p>- Theo dõi SV thuyết trình kế hoạch truyền thông online</p>	<p>- Thực hành xây dựng kế hoạch truyền thông online cho 1 DN, tổ</p>			<p>Giải quyết mục tiêu</p> <p>4.2.1</p>

	nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá, góp ý, hướng dẫn lên ý tưởng, xây dựng kế hoạch truyền thông hiệu quả hơn 	<ul style="list-style-type: none"> chức bất kỳ có thật - Trình bày kế hoạch của nhóm - Nhận xét, góp ý phần thuyết trình của nhóm bạn - Lắng nghe góp ý và hướng dẫn của GV 			4.2.2 4.2.3 4.2.4 4.2.5 4.2.6 4.2.7 4.2.8 4.3.1 4.3.2
15.	Thảo luận, xây dựng kế hoạch truyền thông online cho 1 tổ chức/doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> - Theo dõi SV thuyết trình kế hoạch truyền thông online - Đánh giá, góp ý, hướng dẫn lên ý tưởng, xây dựng kế hoạch truyền thông hiệu quả hơn 	<ul style="list-style-type: none"> - Thực hành xây dựng kế hoạch truyền thông online cho 1 DN, tổ chức bất kỳ có thật - Trình bày kế hoạch của nhóm - Nhận xét, góp ý phần thuyết trình của nhóm bạn - Lắng nghe góp ý và hướng dẫn của GV 			Giải quyết mục tiêu 4.2.1 4.2.2 4.2.3 4.2.4 4.2.5 4.2.6 4.2.7 4.2.8 4.3.1 4.3.2

7. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học lý thuyết.
- Tham gia đầy đủ 100% giờ thực hành/thí nghiệm/thực tập và có báo cáo kết quả.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/ bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ.
- Tham dự thi kết thúc học phần.
- Tích cực chuẩn bị các hoạt động được phân công thực hiện theo nhóm, có tinh thần trách nhiệm cao

- Thái độ ham học hỏi, tích cực tham gia phát biểu, nhận xét, góp ý kiến trong các buổi học
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

8. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên:

8.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Mục tiêu
1	Điểm chuyên cần	Tham dự đủ 80% số tiết trở lên	10%	4.3.1, 4.3.2
2	Điểm bài tập nhóm	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết trình giới thiệu các công cụ truyền thông online - Các bài tập phân tích case study. - Tạo và quản lý fanpage <p>(Mỗi thành viên phải được nhóm xác nhận có tham gia các hoạt động và bài tập nhóm)</p>	30%	4.2.1 4.2.2 4.2.3 4.2.4 4.2.5 4.2.6 4.2.7 4.2.8 4.3.1 4.3.2
3	Điểm thi kết thúc học phần	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết trình dự án. (Mỗi nhóm chọn 1 doanh nghiệp, 1 tổ chức bất kỳ và lên ý tưởng xây dựng kế hoạch online PR cho doanh nghiệp, tổ chức đó) - Tham dự đủ 80% tiết lý thuyết và 100% giờ thực hành - Bắt buộc dự thi 	60%	4.2.1 4.2.2 4.2.3 4.2.4 4.2.5 4.2.6 4.2.7 4.2.8 4.3.1 4.3.2

8.2. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến 0.5.
- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Tài liệu học tập:

9.1. Giáo trình chính:

[1] *PR theo kiểu Mỹ*, Dilenschneider, R, L, dịch từ tiếng Anh, người dịch Trương Thủy Anh & Ngô Lan Hương, Hà Nội: NXB Lao động – Xã hội, 2010, Thư viện

9.2. Tài liệu tham khảo:

[2] *Tiếp Thị Tương Tác*, Goodman, G.F, người dịch Lại Hoàng Hà, Thành phố Hồ Chí Minh: NXB Trẻ, 2012, Thư viện

[3] *Likeable Social Media, Kerpen, D*, người dịch Lan Hương, Hà Nội: NXB Lao động – Xã hội, 2011, Thư viện

[4] *The New Rules of Marketing & PR*, Scott, D.M, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2007, Thư viện

10. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần /Buổi	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
1	<p>Giới thiệu tổng quan môn học, tài liệu chính, tài liệu tham khảo, hướng dẫn tự học, tự nghiên cứu.</p> <p>Phân công bài tập và hoạt động cho các nhóm</p> <p>Bài 1 Website</p> <p>2.3. Tổng quan về truyền thông online</p> <p>2.4. Giao diện web</p> <p>2.5. Ra mắt website</p>	2	0	<p>-Nghiên cứu trước: + Bài 1 phần còn lại + Ôn lại nội dung bài 1 phần đầu</p> <p>-Tìm hiểu về các công cụ đã bắt thăm trên lớp để chuẩn bị bài thuyết trình</p>
2	<p>Bài 1 Website (tt)</p> <p>1.5. Quảng bá trang web</p> <p>1.6. Giám sát trang web</p>	0	2	<p>-Nghiên cứu trước: + Bài 2 + Ôn lại nội dung bài 1</p> <p>-Tìm hiểu về các công cụ đã bắt thăm trên lớp để chuẩn bị bài thuyết trình</p>
3	<p>Bài 2 Blogs</p> <p>2.6. Blog là gì?</p> <p>2.7. Làm thế nào để đạt được nhiều thành công?</p>	1	1	<p>- Ôn lại nội dung bài 2 - Chuẩn bị bài thuyết trình</p>
4	<p>Thuyết trình, phân tích case study (website, blog)</p>	0	2	<p>-Các nhóm lên thuyết trình -Nghiên cứu trước: + Bài 3</p>
5	<p>Bài 3: Làm chủ Internet</p> <p>3.1. Tin tưởng các phương tiện truyền thông</p>	1	1	<p>-Nghiên cứu trước: + Bài 4 + Ôn lại nội dung bài 3</p> <p>-Tìm hiểu các công cụ, phần mềm</p>

	3.2. Các công cụ giám sát			giám sát và đánh giá website, facebook
6	Bài 4: Truyền thông thương mại 4.1. Các loại hình truyền thông thương mại 4.2. Tiếp cận 4.3. Đòn bẩy tiến lên và trở thành 1 tổ chức truyền thông thương mại	1	1	-Nghiên cứu trước: + Ôn lại nội dung bài 4 -Tìm hiểu về các công cụ đã bắt thăm trên lớp để chuẩn bị bài thuyết trình
7	Thuyết trình, phân tích case study (Twitter, Facebook)	0	2	-Tìm 5 ví dụ về 5 doanh nghiệp/tổ chức bị tấn công qua mạng -Hợp nhóm lên kế hoạch lập fanpage -Nghiên cứu trước: + Bài 5
8	Bài 5 Nguy hiểm tiềm ẩn từ Internet và an ninh mạng 5.1. Nguy hiểm tiềm ẩn từ không gian ảo 5.2. Các kiểu đe dọa 5.3. Phòng thủ	1	1	-Nghiên cứu trước: + Ôn lại nội dung bài 5 -Chạy content fanpage -Tìm hiểu về các công cụ đã bắt thăm trên lớp để chuẩn bị bài thuyết trình
9	Thuyết trình, giới thiệu các công cụ truyền thông trực tuyến (Youtube, LinkedIn)	0	2	Quản lý fanpage
10	Thuyết trình và thảo luận về messaging	0	2	Quản lý fanpage -Nghiên cứu trước: + Bài 6
11	- Bài 6 Quan hệ truyền thông 6.1. Thử nghiệm thông điệp 6.2. Truyền tải thông điệp - SV thuyết trình về podcast, google plus	1	1	Quản lý fanpage -Nghiên cứu trước: + Bài 7 + Ôn lại nội dung bài 6

12	Bài 7: Quản lý tin đồn và truyền thông trong khủng hoảng 7.1. Chức năng của tin đồn 7.2. Ngăn chặn tin đồn 7.3. Đánh giá rủi ro 7.4. Xây dựng kế hoạch	1	1	-Nghiên cứu trước: + Ôn lại nội dung bài 7 Thực hiện báo cáo đánh giá fanpage
13	Báo cáo kết quả chạy Facebook fanpage	0	2	Hoạt động nhóm: thảo luận, lên kế hoạch truyền thông online cho 1 tổ chức/doanh nghiệp
14	Thảo luận, xây dựng kế hoạch truyền thông online cho 1 tổ chức/doanh nghiệp	0	2	Điều chỉnh kế hoạch sau khi nghe góp ý của GV
15	Thảo luận, xây dựng kế hoạch truyền thông online cho 1 tổ chức/doanh nghiệp	0	2	Điều chỉnh kế hoạch sau khi nghe góp ý của GV

Ngày... tháng.... Năm 201

Trưởng khoa
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... Năm 201

Trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... Năm 201

Người biên soạn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... Năm 201

Ban giám hiệu